

## 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業計画書

### 1. 基本情報

自治体名	他市町村との連携	事業番号	事業名			
会津美里町		A-1	会津美里町風評払拭魅力発信事業			
事業実施年度	当該年度総事業費	経費区分（該当区分に○を入力）				
R8年度	5,602千円	①情報発信事業			②外部人材活用	
事業費	左記 事業費のうち 国費負担分	i 風評動向調査	ii 体験等企画実施	iii 情報発信コンテンツ 作成	i 企画立案のための外 部人材の活用	ii 地域の語り部の育成
5,602千円	2,801千円			○		

### 2. 風評等の現状や課題、これまでの取組

自治体が抱える風評等の現状について
<p>2011年の東日本大震災および原子力発電所事故によって、会津美里町は直接的な被害は少なかったものの、令和5年のALPS処理水海洋放出に伴う中国等による食品の輸入禁止措置やマカオによる生鮮食品の輸入停止の継続、さらには福島県内における野生鳥獣（ジビエ）の商業利用が解禁されず、一部のスポーツにおいては原発事故を揶揄するような事案が根深くの残る事案も未だにあり、現在も観光客入込数は、震災前水準まで回復していないのが現状である。</p> <p>また、農業面においても、農林水産省の資料や取引データに基づくと、全量検査による安全性が担保され、福島県内では相対的に高評価である会津産コシヒカリにおいても、店頭価格が富山県産コシヒカリを約15円/kg下回る時期（令和3年度）があるなど、他県の同等品と比較して価格抑制の影響が継続していることに加え、令和4年産の相対取引数量も前年産比96%と減少傾向にあることから、米の需要減という全国的な傾向に加え、風評被害による販路開拓の難しさや消費者の警戒感が経済的な機会損失として数字に表れている状況が続いている。</p> <p>【参考】会津美里町観光客入込数                      平成22年（2011） 2,076,310人                      令和6年（2024） 1,430,532人</p>
上記の現状の原因となる課題について
<p>観光客入込数が震災前の水準（平成22年2,076,310人）から大幅な未回復（令和6年見込1,430,532人）にある経済的停滞に加え、農業面では、全量検査による安全性が担保されているにもかかわらず、会津産コシヒカリの店頭価格が他県産を約15円/kg下回る価格抑制の影響や取引数量の減少が継続し、さらにはALPS処理水放出に伴う国際的な輸入規制の継続や、一部スポーツにおける原発事故を揶揄する事案などが継続している。原子力災害由来の根強い「負のイメージ」が未だ先行し、「風評払拭」および「地域魅</p>

力」の発信が不足していることによって、地域資源の（ジビエなど）活用も制限され、経済活動にわたる機会損失と少なくなってきたが未だ潜在的にある差別など、複合的な課題に直面している。

#### 上記の課題に対するこれまでの自治体の取組について（自治体独自の取組を含む）

##### ◆地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業の取り組み

○令和4年度（2022）

・人気歴史ゲームとコラボレーションした向羽黒山城専用サイトとガイドアプリを構築（サイト内の歴史系人気ユーチューバーが作成した向羽黒山城 PR 動画視聴回数が 20 万回）

○令和5年度（2023）

・人気歴史ゲームとコラボレーションした特別御城印状を景品としたスタンプラリー

・人気歴史ゲームとコラボレーションし、雑誌「歴史街道」への連続特集連載

○令和6年度（2024）

・日本最大級山城向羽黒山城まつりに歴史系人気ユーチューバーや武将隊を招聘しライブ動画により P R

・人気歴史ゲームとコラボレーションし、歴史雑誌「歴史街道」へ山城まつり開催に合わせ

特集記事と裏表紙への連載

・第 31 回全国山城サミット連絡協議会益田大会へのブース設置による P R 活動

・会津美里町観光大使へ特設サイト誘導の Q R を付した向羽黒山城特別名刺配布し P R

##### ◆地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業の他、これまで以下の取組を実施

・日本三大田植え祭りである「お田植祭り」など昔からの伝統行事による誘客

・新鶴ワインまつり、季節のあやめ祭りなど、イベントによる誘客

・日本遺産「会津三十三観音」など、寺社仏閣を巡らせるツアーの実施

・観光誘客を目的とした、ふるさと創生事業による温泉施設建設

・近隣市町村と連携しての首都圏へ、旅行会社等へのエージェント訪問

#### 上記の取組における成果について

<これまでの取組における成果>

○令和4年度（2022）

・人気歴史ゲームとコラボレーションした特設サイトを開設したことで、観光協会への問い合わせや山城の資料や既存のパンフレットの送付希望者が明らかに増えた。また、著名な山城の春日山城を有する新潟県上越市などからゲーム会社とのコラボへの称賛を受けた。

#### ○令和5年度（2023）

・山城の入り口に位置する観光協会では、県内外各地から山城を目当てにした訪問客が明らかに増加しており、御城印状の配布数も増えている。東京からの団体ツアーの実績も2回あった。雑誌「歴史街道」への特集記事の掲載により、特設サイトのアクセス数、ガイドアプリのダウンロード数が増えている。

#### ○令和6年度（2024）

・日本最大級向羽黒山城まつり シンポジウム 200人（R5 150人） 当日 1,500人（R5 1,200人）

ユーチューバー及び郷土史家とのコラボ企画 模擬合戦参加者 63名（R6から企画開始）

ユーチューバー呼びかけモニターツアー 16名（県内5、県外11）70%の満足度

ライブ中継視聴回数 24,000回を計上

山城入口に設置したAIカウントカメラ 5月 23,338カウント（R5 11,338カウント）

山城特設サイト（R4開設）アクセス数 R6（11月末） 5,439（R5 2,534）、サイト内の向羽黒山城PR動画の視聴回数が26万回を超える。

山城ガイドアプリ（R4構築）DL数 R6 43（R5 21）

協会発行の御城印配布数及び売上額 R6 1,000枚 30万円（R5 500枚 15万円）

雑誌『歴史街道』読者アンケート 6万部発行 約6,000の閲覧回答で60%が興味あり面白いと回答

これまでの山城まつりを見直し、影響力のあるユーチューバーや郷土史家とコラボすることで、対外的な発信力の強化につながった。特にスポーツチャンバラの要素を取り入れた「模擬合戦」を初めて実施し、所縁のある戦国武将に扮した武将隊が取り廻すことで、戦国時代の雰囲気醸し出され、参加したファミリー層や県外からの一般客には好評であった。実際の史跡である山城を舞台とした点、人気ユーチューバーの影響力とファンを取り込んだ点、山城まつりに模擬合戦のエンターテインメント要素を盛り込んだ点などをライブ配信したことで、向羽黒山城の魅力を効果的に発信できたものと分析している。

・第31回全国山城サミット連絡協議会（島根県益田市大会）へのブース

ブース来訪者数 約200名

配布御城印数 100枚

名刺交換数 約30自治体及び団体

山城を有する自治体等が連携する最大の組織（約140団体）である全国山城サミット連絡協議会への新規加盟が認められた。その席で、日本最大級の大きさを誇る向羽黒山城の存在をアピールし、知名度の向上に貢献するとともに将来的な本町での山城サミットの開催を説明した。また会場内に設置したブースにおいては、この事業で作成した26万回の視聴回数を誇るPR動画を流し、同行した郷土歴史家による解説を行い、多くの歴史ファンの共感を得て、ぜひ現地に行ってみたいという動機付けに貢献した。また、月山富田城や竹田城など著名な山城を有する自治体や観光協会と交流し、情報交換を行い、福島県原発災害の現状と風評払拭への理解を深めた。山城サミットのように、山城の活用という目的を同じくする団体や一般参加者へのPR活動は、歴史という共通認識があり、関心も高く、全国の団体が参加しているため効果が高いと思われるので継続していきたい。

・会津美里町観光大使向羽黒山城特別名刺による特設サイトへのアクセス促進

日本最大級向羽黒山城まつりへの観光大使参加数 2名

山城特設サイト（R4 開設）アクセス数 R6（11 月末） 5,439（R5 2,534）

これまで任命した 15 名に、500 枚ずつ配布。人脈を活かした PR 活動をしていただき、特別サイトへ誘導することで閲覧数の増加に貢献した。また、本町のふるさと納税のサイトへの誘導 QR コードも付することで、会津産のお米や果物、伝統号芸人などの本町の特産品の魅力を知っていただくことで、福島県の食品の安全性等に理解をいただき、原発災害の風評払拭に貢献した。

#### <目標達成状況>

令和 8 年の観光客入込客数 2,180,000 人（東日本大震災前の H22 2,076,310 人の 5%増の数字）

令和 3 年（2021） 790,536 人（事業開始前 コロナ禍の影響）

令和 4 年（2022） 1,338,635 人（事業開始 目標達成率 61% 前年比 169%）

令和 5 年（2023） 1,422,509 人（目標達成率 65% 前年比 106%）

令和 6 年（2024） 1,430,532 人（目標達成率 66% 前年比 101%）

データ出典：福島県観光客入込状況調査より（福島県観光交流課）

<https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/32031a/kanko-koryu3.html>

### 3. 事業内容の詳細

今年度の具体的な取組内容 ※以下の項目に沿って記載をお願い致します。

#### 1. 全国山城サミットにおける食の安全性と向羽黒山城の会津美里町魅力発信事業

①実施期間：令和 8 年 5 月～令和 9 年 2 月

②実施体制：単独

③実施場所：愛知県新城市

④概算費用：1,232,400 円

⑤実施内容：

全国約 150 団体が加盟する全国山城サミット連絡協議会愛知県新城市大会に PR ブースを出展し、本町の日本最大級の山城である国指定史跡向羽黒山城を PR するとともに、

本町産の農産物や特産品を配布、販売することで、本町の歴史的な魅力と食の安全性をアピールすることで原発災害の風評払拭を図る。

・向羽黒山城 PR ブース設置運営委託 997,200 円

PR ブース設置、本町産お米ノベルティー配布、向羽黒山城 RP 動画制作、スタッフ派遣（3 名）

・本町職員の派遣（歴史文化 1 名、農産商工観光 2 名）235,200 円

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

全国山城サミット連絡協議会の本会議に出席し、関係団体に原発災害と風評被害の実状と払拭に向けた取り組みを説明し、理解を求める。

会津地方の特産である本町産のお米のキューブ(2 合)を数量限定で配布し、安心安全に食べていただけることを PR する。

ノベルティーを配布した人やブースの来訪者に対してアンケートを実施し、風評被害への理解と払拭を図る。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

本町の日本最大級の山城である国指定史跡向羽黒山城を全国の関係団体や関心のある参加者に向けて、新たに作成した PR 動画を日本で一番詳しく知る地元郷土歴史家の解説を展開し、造詣の深い歴史ファンに向羽黒山城の魅力を発信する。また、関連の歴史グッズや本町の特産品を販売し、向羽黒山城と本町への誘客する動機づけの貢献を図る。

## 2. お城エキスポ食の安全性と向羽黒山城の会津美里町魅力発信事業

①実施期間：令和 8 年 5 月～令和 9 年 2 月

②実施体制：単独

③実施場所：神奈川県横浜市

④概算費用：4,369,800 円

⑤実施内容：

日本最大級の歴史イベントであり、2 日間で約 2 万人の歴史ファンを動員するお城エキスポにおいて、歴史ファンに影響力がある雑誌『歴史街道』とコラボレーションした PR 企画を実施することで、より広く深く全国に歴史ファンに向けて、本町の日本最大級の山城である国指定史跡向羽黒山城を PR するとともに、本町産の農産物や特産品を配布、販売することで、本町の歴史的な魅力と食の安全性をアピールすることで原発災害の風評払拭を図る。

・お城エキスポ歴史街道連携 PR 業務 3,190,000 円

向羽黒山城特性パンフ、雑誌歴史街道へ広告掲載、ステージイベント武将隊派遣、向羽黒山城マンガ制作

・向羽黒山城 PR ブース設置運営委託 826,400 円

PR ブース設置、本町産お米ノベルティー配布、スタッフ派遣（3 名）

・本町職員の派遣（歴史文化 1 名、農産商工観光 2 名）155,400 円

・PR ブース用壁掛け大型タペストリー及び等身大パネル作成費 198,000 円

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

お城エキスポに PR ブースを出展し、関係団体や一般客に向けて原発災害と風評被害の実状と払拭に向けた取り組みを説明し、理解を求める。

会津地方の特産である本町産のお米のキューブ(2合)を数量限定で配布し、安心安全に食べていただけることを PR する。

ノベルティーを配布した人やブースの来訪者に対してアンケートを実施し、風評被害への理解と払拭を図る。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

日本最大級の歴史イベントである「お城エキスポ」において、歴史ファンに影響力を持つ雑誌『歴史街道』と連携した PR 企画を実施し、国指定史跡である日本最大級の山城「向羽黒山城」をテーマとした特性パンフレット作成、雑誌への広告掲載、ステージイベントへの武将隊派遣、および向羽黒山城を題材としたマンガ制作を通じて、本町の歴史的魅力を広く深く全国の歴史ファンへ発信するとともに、設置した PR ブースにて本町産の米などの農産物や特産品を配布・販売することで、食の安全性を直接アピールし、原子力災害による風評払拭を図る。

#### 4. 事業における目標等

今年度におけるアウトプット ※定量的な目標に限る	今年度におけるアウトカム ※定量的な目標に限る
①第 33 回全国山城サミット連絡協議会愛知県新城市大会へ参加し、向羽黒山城 P R ブース出展 1 回	①全国山城サミット連絡協議会愛知県新城市大会 PR ブース来場者 300 人、動画視聴回数 5,000 回、 来場者アンケート 回答率 70% 風評払拭理解度 80%
②2026 お城エキスポ会場に向羽黒山城 P R ブース出展及びステージイベント 1 回	②2026 お城エキスポ特別ブース来場者及びノベルティー配布数 1,000 人、 来場者アンケート 回答率 70% 風評払拭理解度 80%
長期的な目標 ※1つ以上は定量的な目標を設定	長期的な目標の現在の進捗状況 ※達成度合いも記載 (○%)
令和 12 年の観光客入込客数 2,180,000 人 (震災前、平成 22 年の 5%増)	R3 790,536 人 (地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業開始前) R4 1,338,635 人 (目標達成率 61% 前年比 169%) R5 1,422,509 人 (目標達成率 65% 前年比 106%) R6 1,430,532 人 (目標達成率 66% 前年比 101%)